

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Российский государственный профессионально-педагогический
университет»

ПРАВОВОЙ РЕЖИМ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Выпускная квалификационная работа
по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение
(по отраслям)
профиля подготовки «Правоведение и правоохранительная деятельность»
специализации «Правозащитная деятельность»

Идентификационный код ВКР: 682

Екатеринбург 2017

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»
Институт гуманитарного и социально-экономического образования
Кафедра права

К ЗАЩИТЕ ДОПУСКАЮ:
Заведующая кафедрой права
_____ А.А. Воронина
« ____ » _____ 2017 г.

ПРАВОВОЙ РЕЖИМ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Выпускная квалификационная работа
по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение
(по отраслям)
профиля подготовки «Правоведение и правоохранительная деятельность»
профилизации «Правозащитная деятельность»

Идентификационный код ВКР: 682

Исполнитель: студент группы ЗПВД-411С	_____	П.А. Бельтюков
	(подпись)	
Руководитель: канд. юрид. наук, доцент	_____	Т.П. Шишулина
	(подпись)	
Нормоконтролер: ст. преподаватель	_____	К.А. Игишев
	(подпись)	

Екатеринбург 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ТОВАРНЫЙ ЗНАК КАК СРЕДСТВО ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ.....	6
1.1. История возникновения и развития товарных знаков.....	6
1.2. Понятие и виды товарных знаков.....	9
ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕЖИМА ТОВАРНОГО ЗНАКА.....	14
2.1. Содержание исключительного права на товарный знак.....	14
2.2. Защита права на товарный знак.....	17
АНАЛИЗ ПРАВОВПРИМЕНИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ ПО ТЕМЕ ВКР.....	20
МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА ПО ТЕМЕ ВКР	32
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	40
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	42

ВВЕДЕНИЕ

Возникновение и дальнейшее развитие рыночных отношений в современной России послужило главным стимулом для активного использования в предпринимательской сфере, признанных средств индивидуализации – товарных знаков.

Товарные знаки в конкурентной среде стали не просто знаками, а символами, которые четко позволяли различать одни товары или услуги от других товаров или услуг, устанавливать торговые связи между потребителями, изготовителями и продавцами определенных товаров и услуг. Взаимоотношения потребителя на подобный знак или символ и, соответственно, на товар или услугу во многом определяет место товаропроизводителя или продавца в торговой среде. Хотелось бы выделить, что выбор потребителем товаров не всегда является рациональным, то есть основанным на характеристиках самого товара или услуги, а определяется его ассоциативным восприятием именно товарного знака или символа, через который строятся представления о товаре или услуге. С этим связан перенос конкуренции из сферы самих товаров и услуг в сферу символов, которые индивидуализируют товары и услуги в рыночной среде.

До вступления в силу части четвертой Гражданского кодекса, основным источником правового регулирования данных отношений являлся Федеральный закон «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» от 23.09.1992 г. № 3520-1 (далее - Закон о товарных знаках)¹.

¹ Федеральный закон от 11.12.2002 N 166-ФЗ "О внесении изменений и дополнений в закон российской федерации "о товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров" (принят ГД ФС РФ 13.11.2002)

Принятие четвертой части Гражданского Кодекса Российской Федерации (далее - ГК РФ) открыло новые возможности для регулирования отношений в области интеллектуальной собственности в Российской Федерации, в том числе отношений, связанных с регулированием товарных знаков.

Объектом исследования являются гражданско-правовые отношения в сфере прав на товарный знак, включающие в себя регистрацию товарных знаков, использование товарных знаков, защиту товарных знаков и прекращение права на товарные знаки.

Предметом исследования выступают правовые нормы, регулирующие данные отношения в Российской Федерации, и правоприменительная практика в рассматриваемой сфере.

Целью выпускной квалификационной работы является изучение особенностей правового регулирования товарных знаков в Российской Федерации.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить основные этапы возникновения и развития товарных знаков;
- рассмотреть понятие и виды товарных знаков;
- проанализировать содержание исключительного права на товарный знак;
- исследовать особенности защиты нарушенных прав на товарный знак.

Теоретической основой исследования послужили работы таких авторов как А.П. Сергеев, И.А. Петров, О.А. Рузакова и т.д.

Нормативно – правовой основой выпускной квалификационной работы стали, прежде всего, Конституция Российской Федерации², Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть четвертая)³, Административный кодекс Российской Федерации⁴ и др.

Методологическую основу составляют как общенаучные (системного подхода, анализа, синтеза, аналогии), так и частнонаучные методы познания – сравнительно - правовой и формально-юридический, а также метод толкования правовых норм и комплексного анализа законодательства.

Хотелось бы отметить, что значимость товарных знаков становится все более очевидной в условиях развития внутренних и внешнеэкономических связей и постоянного спроса на товары, качество которых гарантируются их изготовителем. При этом степень разработанности данной тематики в юридической литературе различных авторов настолько мала, что не дает возможности в полном объеме раскрыть ее содержание. Поэтому при проведении данного исследования были использованы также материалы судебной практики, которая позволяет показать практическую сторону проблемы правового регулирования товарного знака в РФ.

Структура работы: выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, анализа правоприменительной практики по теме ВКР, методической разработки по теме исследования, заключения, списка использованных источников.

2 Конституция Российской Федерации принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 (с поправками от 5 февраля, 21 июля 2014 г.) // Российская газета от 25 декабря 1993.

3 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 03.07.2016, с изм. от 13.12.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017) // Собрание законодательства РФ. 2006. № 53 (часть 1).

4 Административный кодекс Российской Федерации. Федеральный закон от 13 июня 1996 г. (в редакции на 30 декабря 2017 г.) // Собрание законодательства РФ. 1996.

ТОВАРНЫЙ ЗНАК КАК СРЕДСТВО ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ

1.1. История возникновения и развития товарных знаков

Товарный знак – изобретенный людьми способ выделения своего товара из ряда аналогов путем нанесения некоего, только ему присущего обозначения, оказался востребованным только на достаточно высоком уровне развития рыночных отношений.

Однако уже в конце каменного века люди применяли клеймение добытых животных, их шкур, а также других вещей и предметов, которое можно считать предшественником всех современных средств индивидуализации товаров⁵.

Для начала обратимся к истории происхождения и развития товарных знаков. Особенность данного направления в торговле и законодательстве является тем, что точно зафиксировать дату появления первых товарных знаков не представляется возможным, но примерно с 5000 г. до н. э. человечество начинает, массовое по тем временам, производство и продажу глиняной посуды. Именно в то время, на той посуде и появились первые обозначения, которые в наше время классифицируются как товарные знаки⁶.

Еще более широкое распространение получили товарные знаки в средние века, когда возникли первые гильдии ремесленников и купцов. Каждый ремесленник отвечал за качество производимого им товара и потому ставил на него свое клеймо.

⁵ Ариевич П.Е., Гуляева Н.С., Хоффман Д.Л. Четвертая часть ГК РФ: лицензирование товарных знаков // Патенты и лицензии. 2014. № 6. 45 с.

⁶ Петров И. А. Охрана товарных знаков в Российской Федерации: Учебно-практическое пособие, 2012. С. 78.

При этом клеймо наносилось не только краской, но и выжиганием на поверхности, нанесением специальной затвердевающей смеси и другими доступными возможностями. Клеймить старались весь производимый товар, поскольку каждый торговец стремился на получение имиджа и узнаваемости именно его товара.

Обозначение товарного знака или клейма в себе содержало чаще всего одну и две и более букв, какой-то символ или небольшой простой рисунок. Поначалу рисунки были, словно тени, очертание; с усложнением технологий печатанья товарных знаков происходило усложнение и наносимых рисунков. В современном мире, чем ярче и оригинальнее товарный знак, тем он больше привлекает внимание и запоминается покупателю. Именно на это нацелено нанесение товарного знака, что не только привлечет внимание, но и станет узнаваемым повсеместно. Чем более раскрученный товарный знак, тем больше и доход компании, тем меньше вложений требуется в рекламу товара.

В Западной Европе постоянная маркировка товаров и изделий была введена в начале 18 века. Данная маркировка носила множество аспектов для индивидуализации товара и разные функции. Например, обеспечивающую выделение товара среди всех товаров на рынке и указание на конкретного производителя, а также функцию юридической защиты производителя от недобросовестной конкуренции⁷.

Хотелось бы особенно выделить тот факт, что в 18 веке практика применения знаков даже в европейских государствах не сопровождалась еще достаточным правовым регулированием со стороны властей. Государственная поддержка в виде предоставления предпринимателям правовой охраны, введение уголовной и гражданской ответственности за несанкционированное использование чужих знаков, в полной мере проявилась только в 19 веке, когда в ряде ведущих европейских государств были приняты законы,

⁷ Ужегов А.Н. Основы потребительских знаний, 2014. URL: <http://www.library.ru>

регламентирующие правовую охрану товарных знаков. Законодательство по охране товарного знака и товара периодически дополняется новыми статьями, проверяются на актуальность применения старые статьи и главы законодательства.

В российском законодательстве первое упоминание о клеймении продукции содержалось в «Новоторговом уставе», изданном при царе Алексее Михайловиче, а выделение товарного знака из общего понятия клейма началось в 1744 г., когда по предложению Мануфактур – коллегии был издан первый русский правительственный Указ об обязательном клеймении всех русских товаров особыми фабричными знаками, чтобы можно было отличить их друг от друга.

Далее история развития товарного знака получила новое значение на торговом и ремесленном рынке в 1896 г., а конкретизировалось это в принятии Закона «О товарных знаках (фабричных и торговых марках, и клеймах)», в соответствии с которым, товарный знак приобрел самостоятельное значение как средство индивидуализации продукции и товара конкретных товаропроизводителей, окончательно выделившись из массы клейм. Данный закон вполне соответствовал торгово-промышленным отношениям развивающегося капиталистического государства.

15 августа 1918 г. был принят Декрет СНК РСФСР «О пошлине на товарные знаки», который предполагал продолжающееся действие дореволюционного законодательства в сфере товарных знаков и был издан лишь в дополнение прежних нормативных актов.

Таким образом, впервые в нашей стране было введено обязательное клеймение товаров производственными марками в начале 18 века. Это был, по началу, способ не только индивидуализировать товар, но и клеймо имело юридическую силу, а также четкое отношение к производителю, что дополнительно товар относилось к определённой иерархии товаров. Каждый

торговец стремился клеймить свой товар и с целью узнаваемости торгового производителя. Это явилось началом развития такого направления, как бренд, защищенных законом товарных знаков и производителей.

1.2. Понятие и виды товарных знаков

Товарный знак, согласно Гражданского кодекса, определяется как обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей (ст. 1477 ГК РФ)⁸.

Отличий от предыдущей редакции две: во-первых, правообладателем может быть индивидуальный предприниматель, а не физическое лицо, как было в предыдущей редакции. Здесь налицо положительный момент, поскольку исправлена неоднозначность в понимании формулировки, кто же на самом деле может быть правообладателем; во-вторых, разграничение товарных знаков и знаков обслуживания.

Г. Боденхаузен в своем комментарии к Парижской конвенции по охране промышленной собственности дает следующее определение товарного знака: «Товарный знак определяется обычно как знак, служащий для того, чтобы отличить продукцию одного предприятия от продукции других. Обладатель товарного знака имеет обычно исключительное право использовать данный знак или его варианты для одних и тех же товаров, а также для сходной с ними продукции»⁹.

Легко заметить фактическое сходство российского определения товарного знака с определением Г. Боденхаузена.

⁸ Собрание законодательства Российской Федерации № 52 от 25 декабря 2006 года (Части I-III), ст. 5496.

⁹ Боденхаузен Г. «Парижская конвенция по охране промышленной собственности». Комментарий. Перевод Тумановой Н.Л. Под редакцией проф. Богуславского М.М. Изд-во «Прогресс», М. 1977. С.32.

По мнению Н.И. Коняева, «в качестве товарных знаков могут быть заявлены лишь художественные обозначения, что указывает на их соответствие эстетическим требованиям»¹⁰. Поэтому, по его мнению, не могут признаваться товарными знаками безвкусные рисунки, словосочетания и т.д.

На наш взгляд, данное мнение не обосновано, поскольку указанное требование ни ранее, ни сейчас в части четвертой Гражданского Кодекса не содержится и из него не вытекает. Поэтому отказ в регистрации товарного знака по мотиву его не художественности или не оригинальности будет признан незаконным.

Товарный знак является средством индивидуализации предприятия, а также производимых им товаров или оказываемых услуг. Выразительный, простой и легко запоминающийся товарный знак призван ассоциироваться у потребителя с конкретной фирмой, качеством предлагаемых ею товаров или оказываемых услуг. Являясь одним из главных элементов имиджа фирмы, товарный знак помогает потребителю в выборе товаров и услуг. Хорошо узнаваемый товарный знак без подробного изучения товара позволяет определить его происхождение и судить о качестве. Как для потребителей, так и для производителей товарный знак не только гарантия и защита, но и способ выделиться и отличиться: приобретая данный товар, а тем более, если он носит индивидуальное значение, важно, чтобы не было повторений с другими производителями.

На данном этапе развития и становления общества наблюдается тенденция преследования эксклюзивных товаров и услуг и закон, защищая такие эксклюзивные бренды и товары, защищает и эксклюзивность людей.

Покупатель готов заплатить более высокую цену за товар, выпускаемый под известным и зарекомендовавшим себя товарным знаком, чем приобрести

¹⁰ Успенская Н.В. Условия предоставления правовой охраны товарных знаков. // Юрист. 2015. № 10. С. 44.

сравнительно дешевый и, возможно, некачественный товар неизвестного производителя.

При этом покупатель довольно часто не обращает внимание на тот факт, что даже раскрученный товарный знак и знаменитый может с течением времени в значительной степени выпускать продукцию или услугу хуже, чем мало известный конкурент. Приведем такой пример: ПАО «МТС» раскрученный бренд и знаменитый товарный знак, логотип. Только за это многие готовы переплачивать, не обращая внимание на местных поставщиков услуг сотовой связи, например, ТЕЛЕ2, Урал тел, лишь потому что, «МТС» - у всех. И не ориентируются на то, что другой поставщик услуг связи может предоставить более выгодные условия пользования.

Приведем другой пример: когда товарная марка новая, только появилась на рынке, то покупатель относиться к данному продукту с осторожностью, опираясь на мнение других. Но, чаще всего, несмотря на то, что продукт новый, по качеству он значительно лучше, чем аналогичный продукт уже раскрученного товара. Или товар аналогичен по качеству, но значительно ниже по цене. А покупатель переплачивает, только потому, что товар, который более дорогой является раскрученным брендом. Но, в таких случаях, часто помогает реклама, когда производитель только входит на рынок товара и услуги, тут есть уловка в виде презентации, когда людям дают попробовать бесплатно продукт или пользование услугой.

Таким образом, к товарному знаку потребитель обращается, в первую очередь, как к определённому понимаю, что гарантия качества будет обеспечена. Чаще всего определяется такой товарный знак массовой рекламой, слухами, использованием значительной части знакомых данными товарными продуктами или услугами.

Основной функцией товарного знака является отличительная функция, которая позволяет покупателю отождествлять маркированный товар с

конкретным производителем, вызывает определенное представление о качестве продукции¹¹.

Реклама выпускаемых изделий также относится к числу важнейших функций товарного знака. Для использования в рекламе, товарный знак должен обладать соответствующими свойствами, которые характеризуют его рекламной способностью и свойствами.

Товарный знак должен создавать ностальгию у человека, желание приобрести товар, вспомнить что-то яркое, что было у человека много лет назад, вспомнить свою молодость.

Товарный знак и товар так же должен быть оригинальным, удивить потребителя. Поскольку все люди любят зрелища, любопытны, то главная цель оригинальности товарного знака и товара заключается в том, что это будет что-то неповторимое и приводящее в восторг покупателя.

Чем товар и товарный знак ярче оформлен, тем он больше привлекает внимание. Производитель применяет множество и других уловок.

Часто применяется использование знаменитых мультфильмов или кино, памятных событий и других способов, для ассоциации товарного знака с какими-то событиями, датами или героями.

Ассоциативность подразумевает наличие косвенной связи между товарным знаком и маркируемым товаром, при которой товарный знак вызывает в сознании потребителя представление о самом товаре или о его специфических свойствах.

Из других функций товарного знака наиболее заметны защитная и гарантийная. Защитная функция знака вытекает из ст. 1484 ГК РФ, которая закрепляет за владельцем знака исключительное право пользоваться и распоряжаться им. Таким образом, для правообладателя (владельца знака),

¹¹ Дроздова Е.А. Интеллектуальная собственность. Правовое регулирование. Практика. Документы (под ред. Семенихина В.В.). – «ВКР-Интерком – Аудит». 2016 г. 37 с.

товарный знак становится эффективным средством защиты его бизнеса от недобросовестной конкуренции¹².

Исходя из выше изложенного, отметим, что товарные знаки обладают специфическими свойствами и выполняют определенные функции, которые позволяют потребителю без особых усилий выбрать необходимую продукцию. Хорошая реклама товарного знака или продукции позволяет поставщику не только выделяться в огромном ассортименте подобных товаров и услуг, а стать чем-то оригинальным и затмить конкурентов. Самое главное для любого товарного знака услуг и товаров – это узнаваемость и массовость в использовании.

¹² Кирий Л. Особенности правовой охраны товарных знаков в условиях действия части четвертой ГК РФ // Промышленная собственность. 2012. № 12. 45 с.

ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕЖИМА ТОВАРНОГО ЗНАКА

2.1. Содержание исключительного права на товарный знак

Право на товарный знак - это исключительное право, которое также является имущественным правом и позволяет правообладателю использовать его любым, не противоречащим закону, способом (ст. 1484 ГК РФ).

Обратим внимание на то, что товарный знак, приравняемый к результатам интеллектуальной деятельности, не имеет автора. Но, невозможно не отметить тот факт, что деятельность по разработке образца товарного знака, например, изобразительного, иногда требует весьма значительных умственных затрат, и сама по себе вполне может быть отнесена к интеллектуальной¹³.

В этом случае более уместно говорить уже не только об исключительном праве на товарный знак юридического лица (индивидуального предпринимателя), но и о праве авторства его создателя (п. 2 ст. 1228 ГК РФ). К сожалению, этот вопрос на сегодняшний день законодательно не урегулирован.

Основанием для возникновения исключительного права на товарный знак является его государственная регистрация. Без государственной регистрации исключительное право на товарный знак в России может возникать лишь в силу международной регистрации в соответствии с Мадридским соглашением о международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 г., а также Протокола к нему от 28 июня 1989 г. и, если товарный знак является общеизвестным.

¹³ Масленков И. Имеет ли товарный знак автора и первоначальную стоимость? // ИС. Авторское право и смежные права. 2007. № 6. С. 21 - 25.

При этом, Гражданский кодекс РФ установил абсолютные и иные основания для отказа в регистрации товарного знака.

В статье 1483 Кодекса определены абсолютные основания для отказа в регистрации товарного знака. В соответствии с данной статьей не допускается регистрация товарных знаков, не обладающих различительной способностью.

Различительный характер товарного знака заключается в способности идентифицировать товар или услугу и позволяет потребителю распознать этот знак, а соответственно и товар либо услугу среди однородной продукции.

Кроме того, в п. 1 ст. 1483 ГК РФ перечислены обозначения, регистрация которых в качестве товарного знака не допускается. Итак, не регистрируются обозначения, состоящие из элементов:

- вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- являющихся общепринятыми символами и терминами;
- характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место, способ производства или сбыта;
- представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

К иным основаниям для отказа в регистрации обозначения в качестве товарного знака Гражданский кодекс определяет следующие:

Не могут быть зарегистрированы обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с:

- товарными знаками других лиц, заявленными на регистрацию или охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с

международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет;

- товарными знаками других лиц, признанными в установленном настоящим Законом порядке общеизвестными в Российской Федерации товарными знаками в отношении однородных товаров.

Не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков, в отношении любых товаров обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с наименованиями мест происхождения товаров, охраняемыми в соответствии с настоящим кодексом.

Исключения составляют случаи, когда эти обозначения включены как неохраняемые элементы в товарные знаки, регистрируемые на имя лиц, имеющих право пользования такими наименованиями.

Не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с:

- охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием или коммерческим обозначением (их частей);

- с наименованием селекционного достижения, зарегистрированного в Государственном реестре охраняемых селекционных достижений, права на которые в Российской Федерации возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Необходимо отметить, что основания для отказа в регистрации, направлены на обеспечение не только защиты публичных интересов, но и на защиту частных интересов.

Следующим этапом регистрации товарного знака является внесение товарного знака, сведений о правообладателе, date приоритета товарного знака, перечне товаров и других сведений в Государственный реестр товарных знаков. Государственная регистрация осуществляется при наличии:

– решения федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака;

– документа об уплате заявителем пошлины за государственную регистрацию товарного знака и выдачу свидетельства на него.

Если заявитель не представил документ об уплате пошлины, даже если пошлина уплачена, федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности может вынести решение о признании заявки отозванной.

После внесения записи в Государственный реестр товарных знаков правообладателю (юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю), в течение месяца со дня государственной регистрации товарного знака, выдается свидетельство. Форма свидетельства и перечень сведений, указываемых в свидетельстве, должны быть установлены в административном регламенте федерального органа исполнительной власти, осуществляющего нормативно-правовое регулирование в сфере интеллектуальной собственности.

Данное действие завершает собой процедуру оформления прав на рассматриваемый объект промышленной собственности¹⁴.

Итак, официальное юридическое оформление и регистрация товарных знаков носит первостепенный характер, поскольку в любых судебных спорах будет больше шансов на победу, если все оформлено грамотно и правильно.

2.2. Защита права на товарный знак

Прежде чем обратиться непосредственно к правовой защите, хотелось бы рассмотреть нарушения прав на товарные знаки, так как защита прав

¹⁴ Шабанов Р.Б. Российское законодательство: способы борьбы с контрафактом. // Патенты и лицензии. 2015. № 9. 47 с.

касается предотвращения и устранения последствий нарушения права, либо недопущения нарушения охраняемых прав и наложения санкций на нарушителей, если нарушение состоялось.

Согласно статье 1487 четвертой части ГК РФ не является нарушением исключительного права на товарный знак использование этого товарного знака другими лицами в отношении товаров, которые были введены в гражданский оборот на территории РФ непосредственно правообладателем или с его согласия.

Исходя из содержания данной статьи, можно отметить, что, принцип исчерпания прав имеет территориальный характер. Следовательно, если товары, маркированные товарным знаком, были введены за пределами России, а затем ввезены на территорию России, то их использование в Российской Федерации допускается только с согласия правообладателя.

Использование товарного знака, в какой-либо форме независимо от способа такого использования – это активное поведение на рынке. Субъектами, которые могут быть признаны нарушителями, являются российские и иностранные коммерческие предприятия, некоммерческие предприятия, а также индивидуальные предприниматели.

Использование чужого товарного знака противоречит действующему законодательству, обычаям делового оборота, добропорядочности, разумности и справедливости.

Основным видом подделки является имитация.

Имитация – это повторение уже существующего предмета, действия и т.д., но отличающегося по каким-либо признакам.

Использования чужого товарного знака противоречит также обычаям делового оборота, так как подобное действие не может быть признано добросовестной конкуренцией между субъектами хозяйствующей деятельности.

Напомним, что обычай делового оборота – это сложившееся и широко применяемое к какой-либо области предпринимательской деятельности правило поведения, не предусмотренное законодательством, независимо от того, зафиксированы ли они в каком-либо документе.

Правовое значение обычаев делового оборота заключается в том, что эти обычаи служат одним из эталонов добросовестной конкуренции.

Но, не всегда люди понимают, что, присваивая чужую идею, они подвергают себя риску быть осужденными и им придется выплачивать штраф, а товар у них будет изъят. Данные случаи нарушения законодательства по охране товарного знака мы рассмотрим в разделе работы «Анализ правоприменительной практики по теме ВКР».

АНАЛИЗ ПРАВОВ ПРИМЕНИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ ПО ТЕМЕ ВКР

Нередко возникают спорные ситуации по поводу использования средств, полученных от, приносящей доход, деятельности. В связи с этим в выпускной квалификационной работе была рассмотрена судебная практика по данным делам.

1. 17 февраля 2016 года в 10 час. 20 мин. в торговом павильоне, расположенном по адресу город Сочи, Оганесян С.А., осуществлял реализацию одежды с логотипом торговой марки «LACOSTE» без лицензионного договора с правообладателем данной марки, в связи с чем инспектором отделения ИАЗ отдела полиции (Хостинский район) УВД по город Сочи возбуждено дело об административном правонарушении, предусмотренном ч.2 ст.14.10 Кодекса РФ об административных правонарушениях и проведено административное расследование. 14.03.2016 года в отношении Оганесян С.А. был составлен протокол об административном правонарушении, предусмотренном ч.2 ст.14.10 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

В судебном заседании Оганесян С.А. не отрицал факт совершения административного правонарушения, пояснил, что футболки (поло) с логотипом торговой марки «LACOSTE» он приобрел в городе Краснодаре для реализации в городе Сочи. О том, что необходимо иметь договор с правообладателем ему известно не было. В содеянном раскаивается, просит назначить минимальное наказание.

Инспектор ИАЗ отдела полиции (Хостинский район) УВД по города Сочи в судебное заседание не явился, об уважительности причин неявки не сообщил, ходатайств об отложении судебного заседания и своих возражений

не представил. Суд полагает возможным рассмотреть дело об административном правонарушении в отсутствие должностного лица, составившего протокол.

Решение судьи Оганесяна С.А., признать виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч. 2 ст. 14.10 Кодекса РФ об административных правонарушениях, и назначить ему наказание в виде административного штрафа в размере 48944 рублей, с конфискацией 4 футболок-поло с логотипом «LACOSTE» как предметов, содержащих незаконное воспроизведение товарного знака, изъятых в ходе осмотра 17.02.2016 года¹⁵.

2. Административное дело № 5-2/17, 175 суд. уч. г. Ликино-Дулево «18» января 2017 года Мировой судья судебного участка № 175 Орехово-Зуевского судебного района Московской области С.С.Борсук, рассмотрев административное дело об административном правонарушении, предусмотренном ч.2 ст. 14.10 КОАП РФ в отношении индивидуального предпринимателя Сараевой Л.А.

В протоколе об административном правонарушении указано, что правообладателем товарного знака «САФ-МОМЕНТ» является Компания «ЛЕСАФР Э КОМПАНИ», 41 РЮ ЭТЬЕН Марсель 75001, Париж, Франция (FR), (российский представитель - ООО «САФ-НЕВА», ИНН 7826691266) однако, в силу ст. 25.2, ст.28.2 КОАП РФ , она не была привлечена к участию в дело в качестве потерпевшего, ей не были разъяснены права и обязанности в соответствии с нормами КОАП РФ, с них не было взято заключение (объяснение) , являющееся доказательством по делу, о том, что содержит ли

¹⁵ Решение Хостинского районного суда города Сочи Краснодарского края от 12.01.2017 по делу № 5-5/ 2017 // URL: <https://rospravosudie.com>.

предмет административного правонарушения незаконное производство товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения товара или сходных с ними обозначений.

Кроме того, в соответствии с п.4 ч.3 ст. 23.1 КОАП РФ судьи арбитражных судов рассматривают дела об административных правонарушениях, предусмотренных статьями 6.33, 7.24, частями 2 и 3 статьи 9.4, статьями 9.5, 9.5.1, 13.33, 14.1, 14.10, 14.11, 14.14, частями 1 и 2 статьи 14.16, статьями 14.17, 14.18, 14.23, 14.27, 14.36, 14.37, частью 2 статьи 14.38, статьями 14.43 - 14.50, частью 1 статьи 15.10, частями 2 и 2.1 статьи 17.14, частями 6 и 15 статьи 19.5, статьей 19.33 настоящего Кодекса, совершенных юридическими лицами, а также индивидуальными предпринимателями.

Мировой судья определил: Протокол об административном правонарушении вместе с другими материалами дела в отношении индивидуального предпринимателя Сараевой Л.А., привлекаемой к административной ответственности по ч.2 ст. 14.10 КОАП РФ вернуть ведущему специалисту-эксперту Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Московской области территориального отдела в городах Орехово-Зуево, Электрогорск, Орехово-Зуевском, Павлово-Посадском районах для устранения выявленных недостатков и соблюдения норм о подведомственности рассмотрения данного дела¹⁶.

3. Дело №5-33/2017г. РД г.Кизляр ул.Первомайская дом №13 По делу об административном правонарушении 18 января 2017 года г.Кизляр РД Мировой судья судебного участка №105 г.Кизляра РД Вердиханов Ю.Б., рассмотрев в открытом судебном заседании дело об административном

¹⁶ Решение Орехово-Зуевского городского суда Московской области от 18.01.2017 по делу № № 5-2/ 2017 // URL: <https://rospravosudie.com>.

правонарушении, привлеченного к административной ответственности по ст.14.10 ч.1 КоАП РФ - незаконное использование чужого товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения товара или сходных с ними обозначений для однородных товаров.

Мировой судья постановил: Признать Эльдара Мукафат-оглы виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ст. 14.10 ч.1 КоАП РФ, и назначить ему административное наказание в виде наложения административного штрафа в размере 5 000 (пять тысяч) рублей с конфискацией изъятой продукции.

В силу ч.1 ст.32.2 КоАП РФ, административный штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или рассрочки, предусмотренных ст.31.5 КоАП РФ.

Сумму административного штрафа внести в банк. При оплате квитанцию предоставить в судебный участок № 105 гор. Кизляра РД по адресу: РД, гор. Кизляр, ул. Первомайская дом. 13. В случае неуплаты назначенного административного штрафа по истечении вышеуказанного срока, постановление будет передано на исполнение для принудительного взыскания в соответствии с ч.5 ст.32.2 КоАП РФ¹⁷.

4. Судья Медная Ю.В. № 12-1 13 января 2017 года город Саратов Судья Саратовского областного суда Литвинова М.В., при секретаре Февралевой А.И., рассмотрев в открытом судебном заседании ходатайство Алиева Э.О. о восстановлении пропущенного процессуального срока на обжалование постановления судьи Кировского районного суда города Саратова от 25 ноября 2016 года, вынесенного по жалобе на постановление по делу об административном правонарушении, предусмотренном частью 2

¹⁷ Решение Кизлярского районного суда республики Дагестан от 18.01.2017 по делу № 5-33/ 2017 // URL: <https://rospravosudie.com>.

статьи 14.10 КоАП РФ, в отношении Алиева Э.О., установил: постановлением судьи Кировского районного суда города Саратова от 25 ноября 2016 года Алиев Э.О. признан виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 2 статьи 14.10 КоАП РФ, с назначением административного наказания в виде административного штрафа в размере 50000 рублей с конфискацией предметов административного правонарушения, подлежащих уничтожению по вступлении постановления в законную силу¹⁸.

5. № 2-47/2017 Казанский районный суд Тюменской области в составе: председательствующего судьи Харитонов В.Ю., при секретаре судебного заседания Ефимовой Г.И., с участием: прокурора Казанского района Тюменской области, рассмотрев в открытом судебном заседании гражданское дело по заявлению прокурора Казанского района Тюменской области о признании информации, размещенной в сети «Интернет», информацией, распространение которой в Российской Федерации запрещено.

Установил: Прокурор Казанского района Тюменской области, действуя в интересах неопределенного круга лиц, обратился в суд с заявлением о признании информации, размещенной в сети «Интернет» информацией, распространение которой в Российской Федерации запрещено.

Заявление мотивирует тем, что прокуратурой Казанского района в рамках проведения проверки о реализации комплекса мероприятий по пресечению незаконного ввоза, производства и оборота продукции легкой промышленности, в том числе контрафактной, осуществлен мониторинг информации, размещенной в сети «Интернет» и выявлен факт размещения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для свободного

¹⁸ Решение Саратовского городского суда Саратовской области от 13.01.2017 по делу № № 12-1/ 2017 // URL: <https://rospravosudie.com>.

доступа неограниченного круга лиц на странице по информации о способах покупки контрафактных товаров – обуви бренда «Adidas».

За незаконное использование чужого товарного знака предусмотрена ответственность по ст.14.10 КоАП РФ. Сведения, размещенные на указанном интернет-сайте, направлены на распространение указанного товара и влекут получение необоснованного преимущества за счет использования сложившейся деловой репутации известного мирового бренда, создает угрозу возникновения заблуждения потребителя.

На основании изложенного и руководствуясь ст. 2, 10, 15 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», статьями 194-199, 264 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации, суд решил: Заявление прокурора Казанского района Тюменской области о признании информации, распространяемой посредством сети «Интернет», информацией, распространение которой в Российской Федерации запрещено, удовлетворить. Признать информацию, размещенную в сети «Интернет» по <адрес>, информацией, распространение которой в Российской Федерации запрещено¹⁹.

6. «Раптика» встала на защиту интеллектуальной собственности — упаковку пресервов «атлантическая сельдь» Закрытое акционерное общество «Русское море» обратилось в Арбитражный суд г. Москвы с заявлением о признании недействительным решения и предписания Федеральной антимонопольной службы России по г. Москве от 03.12.2012 №1 14/83-12.

Исследовав материалы дела, суд апелляционной инстанции приходит к выводу, что, принимая обжалуемое решение, суд первой инстанции законно и

¹⁹ Решение Казанского районного суда Тюменской области от 09.01.2017 по делу № 2-47/ 2017 // URL: <https://rospravosudie.com>.

обоснованно исходил из имеющихся в деле доказательств, спорным отношениям дана надлежащая правовая оценка, нормы материального права применены правильно.

Согласно п.3 ст.22 Закона о защите конкуренции, антимонопольный орган выполняет функции по предупреждению монополистической деятельности, недобросовестной конкуренции, других нарушений антимонопольного законодательства федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, хозяйствующими субъектами, физическими лицами.

На основании п.1 ч.1 ст. 23 Закона о защите конкуренции антимонопольный орган вправе при наличии признаков нарушения антимонопольного законодательства возбуждать дела, по результатам рассмотрения которых принимать решения и выдавать предписания.

Судом установлено, что антимонопольный орган при принятии оспариваемого решения и предписания действовал в пределах его полномочий.

В соответствии со статьей Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883 актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах. В частности, подлежат запрету все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смещение в отношении предприятия, продуктов или промышленной, или торговой деятельности конкурента.

В соответствии с пунктом 9 статьи 4 Закона «О защите конкуренции» недобросовестная конкуренция - любые действия хозяйствующих субъектов

(группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

Согласно пункту 2 части 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция, выраженная во введении в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей.

Суд апелляционной инстанции оставил в силе решение суда первой инстанции, согласно которому дизайнерское оформление пресервов «Атлантическая сельдь по-исландски», производимых ЗАО «Русское море», вводит в заблуждение потребителей²⁰.

7. Судья Советского районного суда города Краснодара Мурсалов В.В., при ведении протокола судебного заседания секретарем Горловой К.П., рассмотрев дело об административном правонарушении в отношении Аманова М. Б. (далее - правонарушитель), в совершении правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Установил: Аманов М.Б. совершил административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.10 КоАП РФ - незаконное использование чужого товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения товара или сходных с ними обозначений для однородных товаров.

²⁰ Решение Девятого Арбитражного Апелляционного Суда города Москвы от 31.10.2013 по делу № А40-22114/ 2013 // URL: <https://rospravosudie.com>.

Постановил: Признать Аманова М. Б. виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.10 КоАП РФ и назначить административное наказание в виде штрафа в размере 5 000 руб. с конфискацией предметов административного правонарушения:

1) Майки мужские в ассортименте в количестве 12 шт., маркированные товарными знаками «Nike»;

2) Костюмы спортивные мужские в ассортименте различных расцветок и фактуры в количестве 8 шт., маркированные товарными знаками «Nike».

Общее количество товара с маркировкой «Nike»: 20 шт., указанных в протоколе изъятия вещей и документов, находящихся на ответственном хранении в грузовом терминале АО «Международный аэропорт Краснодар».

Исполнение настоящего постановления в части конфискации предметов административного правонарушения, возложить на таможенный орган, осуществивший изъятие указанной вещи, для последующей передачи органу (организации), уполномоченному (уполномоченной)

Правительством Российской Федерации на распоряжение товарами, обращенными в федеральную собственность, в порядке, установленном Правительством Российской Федерации. Штраф перечислить на счет Межрегионального операционного УФК (Управления Федерального Казначейства), открытого в операционном департаменте Банка России²¹.

8. Мировой судья судебного района «Кировский район г. Хабаровска» судебного участка №17 Ярошенко Т.П., рассмотрев материалы дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.2 ст.14.10 Даниловской.

Даниловская на рассмотрение дела вину в совершении правонарушения, предусмотренного ч.2 ст.14.10 Кодекса РФ об

²¹ Решение Советского районного суда города Краснодара от 11.01.2017 по делу № 5-2/ 2017 // URL: <https://rospravosudie.com>.

административных правонарушениях признала, с протоколом об административном правонарушении согласилась, в содеянном раскаялась.

Даниловскую признать виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч.2 ст.14.10 КоАП РФ, и на основании данной статьи назначить ей наказание в виде административного штрафа в размере 19400 (девятнадцать тысяч четыреста) рублей.

Конфисковать у Даниловской, изъятый по протоколу изъятия вещей и документов от - товар, а именно: футболка с логотипом в количестве 1 штука, шапка спортивная с логотипом в количестве 3 штук, шорты с логотипом в количестве 1 штука, кроссовки с логотипом в количестве 3 пары, футболка с логотипом в количестве 3 штуки, для последующего уничтожения по вступлении постановления в законную силу.

Штраф подлежит оплате в течение 60 дней со дня вступления постановления в законную силу²².

9. Ленинский районный суд г. Иваново ул. Станко д.7Б Судья Ленинского районного суда города Иваново Богомолов Э.А., рассмотрев в открытом судебном заседании дело об административном правонарушении, предусмотренном ч.2 ст.14.10 КоАП РФ, постановил признать виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч.2 ст.14.10 КоАП РФ, и назначить ей наказание в виде административного штрафа в размере 114.270 (ста четырнадцать тысяч двухсот семидесяти) рублей, с конфискацией изъятых товаров²³.

²² Решение Кировского районного суда города Хабаровска от 12.01.2017 по делу № 5-24/ 2017 // URL: <https://rospravosudie.com>.

²³ Решение Ленинского районного суда города Иваново от 12.01.2017 по делу № 5-3/ 2017 // URL: <https://rospravosudie.com>.

10. 10 января 2017г. г. Кострома Судья Димитровского районного суда г.Костромы Назаров И.А., рассмотрев материалы дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.2 ст.14.10 КоАП РФ в отношении Худорбаевой Л.В. установил: 08.12.2016г. в отношении Худорбаевой Л.В. составлен протокол об АП 44/680605 по ч.2 ст.14.10 КоАП РФ по факту того, что в 17 часов 20 минут в магазине Худорбаева Л.В., являясь продавцом-кассиром у ИП С.О.Б., осуществляла реализацию спортивной обуви (кроссовки) в количестве 1 пары с нанесенным товарным знаком «NIKE» при отсутствии каких-либо договорных отношений с компанией «Найк Инноуейт» и дистрибьютора – компанией ООО «Найк». На основании заключения эксперта № 6670 от 15.11.2016г. представленная на экспертизу продукция имеет признаки несоответствия оригинальной продукции «NIKE» и обладает признаками контрафактной, произведена не на производственных мощностях правообладателей, без соблюдения требований к маркировке, качеству товара и используемых материалов. В результате использования товарного знака «NIKE» ущерб для правообладателя составляет 6195 рублей. В судебном заседании Худорбаева Л.В. вину не признала.

На основании изложенного, руководствуясь ст.ст.29.9-29.11 КоАП РФ, постановил: Прекратить производство по делу об административном правонарушении, предусмотренном ч.2 ст.14.10 КоАП РФ, в отношении Худорбаевой Л.В, на основании п.2 ч.1 ст.24.5 КоАП РФ за отсутствием состава административного правонарушения²⁴.

Итак, мы рассмотрели правоприменительную практику, где четко выделили применение законов, актов, относящихся к нарушению права товарного знака. Проанализированные дела базируются на нормах

²⁴ Решение Димитровского районного суда города Кострома от 10.01.2017 по делу № 5-1/ 2017 // URL: <https://rospravosudie.com>.

административного права, а также на положениях Парижской конвенции по охране собственности и других законодательных актах.

Анализ судебной практики выявил латентность случаев применения законодательства и частоту повторов возвращения дел на пересмотр при защите товарных знаков. Это обстоятельство может быть обусловлено следующими факторами:

- сокрытием определённых факторов нарушения;
- недостаточной информированностью, о регламентированных законом случаях, применения к ним мер безопасности со стороны российского законодательства, о порядке подачи жалоб;
- низкой мотивацией к отстаиванию своих прав и свобод, поскольку жалобы усиливают конфликтную ситуацию.

Таким образом, выше указанное свидетельствует о том, что нарушение права на товарный знак и его использование имеет серьезные последствия для тех, кто нарушил закон. Из анализа правоприменительной практики следует, что ответственность, которую несут нарушители, выражается в серьезных материальных штрафах, в ликвидации товара и тюремных арестах.

МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА ПО ТЕМЕ ВКР

Правовой режим товарных знаков в Российской Федерации

Занятие разработано для студентов высшего профессионального учебного заведения, по специальности «Юриспруденция».

Курс: Гражданское право.

Тема: Правовое регулирование товарных знаков в РФ.

Форма занятия: лекция.

Средства обучения: схема «Виды товарных знаков», таблица с примерами товарных знаков различных производителей.

Метод: объяснительно – иллюстративный.

Цель: познакомить с особенностями правового регулирования товарных знаков в Российской Федерации, являющихся средствами индивидуализации юридического лица, индивидуализации продукции, выполняемых работ или услуг.

Задачи занятия.

1) дать определение термину «товарный знак», сосредоточить внимание слушателей на особенностях государственной регистрации права на товарный знак;

2) развить опыт и мастерство перевода устной речи в письменную и способности рассмотреть полученную информацию;

3) формировать ответственное отношение к получению профессиональных знаний.

План занятия (90 минут)

1. Организационная часть (10 минут)

1.1. Цель (2 минуты)

1.2. Актуальность темы (8 минут)

2. Основное содержание лекции (70 минут)

- 2.1. Понятие и виды товарных знаков (25 минут)
- 2.2. Регистрация права на товар (25 минут)
- 2.3. Использование товарных знаков (20 минут)
- 3. Подведение итогов (10 минут)
- 3.1. Общие вопросы по всей теме лекции (8 минут)
- 3.2. Общие выводы (2 минуты)

Ход занятия

1. Организационная часть

Цель - рассмотреть понятие «товарный знак», порядок применения товарного знака и особенности государственная регистрация товарного знака.

Актуальность данной темы состоит, что появление большого количества хозяйствующих субъектов, занятых производством и продажей товаров, выполнением работ, предоставлением услуг, и последовавшее за ним бурное развитие отечественного рынка со всей напряжённостью поставили перед лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, проблему овладения и сохранения доли на рынке с целью роста получаемой прибыли. Одним из способов решения указанной проблемы в условиях большой степени насыщенности рынка являются средства индивидуализации товаров, работ и услуг - товарные знаки и знаки обслуживания.

2. Основное содержание лекции

Понятие и виды товарных знаков

Действующее законодательство на сегодняшний день определяет товарный знак как обозначение, способное распознавать товары одних

юридических или физических лиц от однородных товаров других юридических или физических лиц.

Товарные знаки бывают изобразительными, словесными, комбинированными, звуковыми, трехмерными - показывающею собой упаковку товаров или сами товары. Кроме всего, могут быть, конечно, защищены и цветовые решения товарных знаков, т.е. товарный знак защищается в той цветовой гамме, в которой он был подан на регистрацию.

Встречаются, в последнее время, другие виды товарного знака, фигурирующие на рынке. Это товарный знак в виде голограммы (например, на кредитной карточке содержится маленькое изображение, которое изменяется в зависимости от угла, под которым на него смотреть). В некоторых странах существуют обонятельные знаки, когда конкретный запах может быть защищен в качестве товарного знака.

Имеющийся целый ряд разнообразных обозначений, используемых как товарные знаки, однако всегда существуют два одинаковых условия: знак должен обладать отличительной способностью и не должен вводить в заблуждение.

Примеры, которые помогут понять, какие товарные знаки являются:

Словесными - «Apple» для компьютеров;

Deutsche Bank для банка.

Произвольными или вымышленными обозначениями - Coca-Cola.

Именами - Ford.

Слоганами - «Летай мной» для авиалинии.

Содержащими элементы - трёхлучевая звезда для Mercedes-Benz, статуэтка богини для Rolls-Royce.

Буквы - GM, FIAT.

Картинки или символы — Lacoste (маленький крокодил).

Звуками - мелодия сотового телефона Nokia.

Вопрос: используя Гражданский кодекс РФ, отграничить понятия товарный знак и знак обслуживания.

Регистрация товарного знака (торговой марки)

Правовая охрана товарного знака в Российской Федерации оказываются на основании его государственной регистрации. Отношения, являющиеся в связи с правовой охраной и применением товарных знаков, знаков обслуживания и наименований мест появления товаров, регулируются Гражданским кодексом РФ, часть четвертая, «Право на товарный знак и право на знак обслуживания».

Товарный знак может быть зарегистрирован на имя юридического лица, а также физического лица, реализующую предпринимательскую деятельность.

Заявка на регистрацию товарного знака отправляющийся в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности.

Заявка должна содержать обязательно следующие данные:

- 1) заявление о регистрации обозначения в качестве товарного знака с указанием заявителя, а также его расположение или местожительства;
- 2) заявляемое обозначение (8 шт. размером 8х8 см.) и его описание;
- 3) список товаров, для которых испрашивается регистрация товарного знака, сгруппированных по классам Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков.

Кроме этого, к заявке должны быть приложены:

- 1) документ, подтверждающий оплату государственной пошлины в установленном размере;

2) устав коллективного знака, но данный пункт относится только к тому случаю, когда заявка отправляется на коллективный знак;

3) копия свидетельства о регистрации ПБОЮЛ, если товарный знак регистрируется на физическое лицо, реализующего предпринимательскую деятельность;

4) полномочия от Заявителя на имя Патентного поверенного, подписанная директором компании и скрепленная печатью, если заявка подается через Патентного поверенного.

Для предотвращения конфликтов с ранее зарегистрированными товарными знаками и более ранними заявками в процессе изучения рекомендуется проводить процедуру предварительного поиска тождественных заявок, исходных регистраций и заявок.

Первая проверка на тождество и сходство с предшествующими регистрациями производится бесплатно по базе Роспатента в Интернет (только зарегистрированные товарные знаки, поиск по словесному элементу). Расширенный поиск (содержит также приоритетные заявки в стадии рассмотрения) осуществляется на платной основе в Патентном ведомстве России.

Товарные знаки регистрируются, а заявителю дается свидетельство на товарный знак, если давшие на регистрацию обозначения соответствуют требованиям Закона «О товарных знаках...» (не должны показывать на вид, качество, количество, особенность товаров или услуг, являться терминами в области, для которой товарный знак заявляется, состоять только из согласных букв, нарушать чужие авторские права, быть сходными с ранее зарегистрированными или заявленными к регистрации товарными знаками и т.п.).

Срок экспертизы товарного знака федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальному владению не

регламентируются, но относительно составляет примерно один год с даты подачи заявки.

Итак, мы должны иметь четкое понятие на кого может быть зарегистрировано право на товарный знак и что содержит заявка на регистрацию данного права. Далее мы рассмотрим использование товарных знаков.

Использование товарных знаков

Исключительное право на товарный знак для всех или части товаров, в отношении которых он зарегистрирован, может быть отдан правообладателем другому юридическому лицу или, реализующему предпринимательскую деятельность физическому лицу по договору об отдаче исключительного права на товарный знак. До внесения изменений в Закон «О товарных знаках» существовала возможность, как регистрации, так и отдачи товарного знака физическому лицу, не имеющему подобного статуса предпринимателя.

Отметим особенно тот факт, что уступка товарного знака не допускается, если она может стать причиной ошибочного мнения потребителя относительно товара или его изготовителя.

Право на реализацию товарного знака может быть присвоено правообладателем другому юридическому лицу или реализующему предпринимательскую деятельность физическому лицу по лицензионному договору в отношении всех или части услуг, или товаров, для которых он зарегистрирован.

Право на использование товарного знака, обеспечивающееся на основе лицензионного договора. Далее мы дадим определение понятию лицензии на товарный знак, чтобы иметь четкое представление и разграничение в понятиях и определениях.

Лицензия на товарный знак — это соглашение, в соответствии с которым владелец товарного знака на конкретных условиях передает свой знак третьему лицу.

В зависимости от объема передаваемых прав, лицензия может быть:

1) исключительная - в течение определенного периода товарный знак использует только лицо, получившее лицензию;

2) неисключительная, она же имеет название и характер простой - право на использование имеют лицензиар и лицензиат. При этом владелец знака - лицензиар - может заключать лицензионные договоры с другими лицами;

3) сублицензия - лицензиат может сам предоставлять третьим лицам лицензии.

Кроме этого, лицензии различаются по объему передаваемых прав на:

1) полные, когда право на применение товарного знака касается всех товаров, в отношении которых зарегистрирован знак;

2) частичные, когда право на эксплуатацию товарного знака касается только части товаров, для которых зарегистрирован товарный знак.

Завершение лицензионного договора дает возможность владельцу товарного знака не только заработать определенный доход и сделать свой знак более известным, но и иногда сохранить саму регистрацию товарного знака. Потребность в этом появляется тогда, когда по каким-либо обстоятельствам над владельцем возникает опасность неиспользования товарного знака в течение пяти лет. В таких случаях для того, чтобы договор на товарный знак не был расторгнут, используется лицензионный договор.

Нам необходимо всегда знать четкий ответ, на основании какого документа возможна передача исключительного права на товарный знак.

3. Подведение общих итогов:

Для проверки усвоения данной темы студентам предлагается ряд вопросов:

1. Каков порядок государственной регистрации товарного знака?
2. Каким образом осуществляется использование товарных знаков?
3. Кто являются субъектами данных правоотношений?

Общий вывод: итак, товарный знак – это определение, способное отличать товары одних юридических или физических лиц от однородных товаров других юридических или физических лиц.

Правовая охрана товарного знака в Российской Федерации предоставляется на основании его государственной регистрации.

Основным источником правового регулирования данных правоотношений является Гражданский кодекс РФ (часть 4).

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в России предусмотрена свободная передача права на товарный знак, то есть возможность его купли-продажи или предоставления лицензии на него, без обязательного полного или не совсем отчуждения предприятия, которое использует этот знак.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования представляется возможным сделать ряд выводов и предложений.

Одним из основных препятствий, возникающих при подаче заявки на регистрацию цвета в качестве товарного знака, является недостаточная определенность представленного обозначения.

Очевидно, что вопрос регистрации цвета в отношении товарных знаков требует дополнительного решения. И хотя практика российского патентного ведомства в настоящее время не допускает регистрацию цвета как товарного знака, мировой опыт показывает, что в российский Гражданский кодекс о знаках целесообразно внести положения, которые сделали бы возможной регистрацию такого рода обозначений. Вероятно, данные положения будут внесены в последующих изменениях и дополнениях к четвертой части Гражданского кодекса РФ, что позволит наиболее полно регулировать отношения, связанные с регистрацией.

Так же существует некая неопределенность в процедуре регистрации товарных знаков. Многие авторы отмечают, что иностранные физические лица находятся в привилегированном положении, чем физические лица РФ, так как к ним не предъявляется такое жесткое требование осуществления предпринимательской деятельности при подаче заявки на регистрацию товарного знака.

На наш взгляд, несмотря на то, данный вопрос в российском законодательстве не урегулирован до конца, правовое положение российских и иностранных физических лиц примерно одинаково. Поэтому законодательство не нуждается в каком-либо дополнении.

В настоящее время в ГК РФ нет четкого представления о том, что такое охрана товарных знаков, и чем она отличается от защиты. Некоторые

исследователи, считают, что «охрана» и «защита» относятся друг к другу как целое и часть, другие придерживаются мнения, что это тождественные понятия²⁵.

В п. 3 использовано подобное понятие и отмечено, что «объем правовой охраны товарного знака и знака обслуживания определяется на основании его государственной регистрации». Таким образом, необходимо внести в действующую четвертую часть ГК РФ поправки, которые дали бы точное определение таких категорий как «правовая охрана товарных знаков», «правовая защита товарных знаков», «объем правовой охраны товарных знаков».

25 Вестник ВАС РФ.1997. № 10. С. 23.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативные правовые акты

Конституция Российской Федерации принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 (с поправками от 5 февраля, 21 июля 2014 г.) // Российская газета от 25 декабря 1993.

Конвенция по охране промышленной собственности. 1883. 20 марта // Закон. № 7. 1999. С. 23.

Административный кодекс Российской Федерации. Федеральный закон от 13 июня 1996 г. (в редакции на 30 декабря 2017 г.) // Собрание законодательства РФ. 1996.

Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 03.07.2016, с изм. от 13.12.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017) // Собрание законодательства РФ. 2006. № 53 (часть 1). Ст. 5496.

Постановление Правительства РФ от 08 апреля 2009 г. № 313 «О внесении изменений в Положение о Федеральной службе по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам» // Собрание законодательства РФ. 2005. № 6, Ст.324.

Постановление Правительства РФ от 24.12.2008 № 1020 «О государственной регистрации договоров о распоряжении исключительным правом на изобретение, полезную модель, промышленный образец, зарегистрированные топологию интегральной микросхемы, программу для ЭВМ, базу данных и перехода без договора исключительного права на изобретение, полезную модель, промышленный образец, товарный знак, знак обслуживания, наименование места происхождения товара, зарегистрированные топологию интегральной микросхемы, программу для ЭВМ, базу данных» // Собрание законодательства РФ. 2009. № 2. Ст. 225

Приказ Роспатента от 29 апреля 2003 г. № 64 (ред. От 11.12.2003) «О правилах регистрации договоров о передаче исключительного права на изобретение, полезную модель, промышленный образец, товарный знак, знак обслуживания, зарегистрированную топологию интегральной микросхемы и права на их использование, полной или частичной передаче исключительного права на программу для электронных вычислительных машин и базы данных» // Российская газета. 2003. № 106.

Судебная практика

Решение Хостинского районного суда города Сочи Краснодарского края от 12.01.2017 по делу № 5-5/ 2017 // URL: <https://rospravosudie.com>.

Решение Орехово-Зуевского городского суда Московской области от 18.01.2017 по делу № № 5-2/ 2017 // URL: <https://rospravosudie.com>.

Решение Кизлярского районного суда республики Дагестан от 18.01.2017 по делу № 5-33/ 2017 // URL: <https://rospravosudie.com>.

Решение Саратовского городского суда Саратовской области от 13.01.2017 по делу № № 12-1/ 2017 // URL: <https://rospravosudie.com>.

Решение Казанского районного суда Тюменской области от 09.01.2017 по делу № 2-47/ 2017 // URL: <https://rospravosudie.com>.

Решение Девятого Арбитражного Апелляционного Суда города Москвы от 31.10.2013 по делу № А40-22114/ 2013 // URL: <https://rospravosudie.com>.

Решение Советского районного суда города Краснодара от 11.01.2017 по делу № 5-2/ 2017 // URL: <https://rospravosudie.com>.

Решение Кировского районного суда города Хабаровска от 12.01.2017 по делу № 5-24/ 2017 // URL: <https://rospravosudie.com>.

Решение Ленинского районного суда города Иваново от 12.01.2017 по делу № 5-3/ 2017 // URL: <https://rospravosudie.com>.

Решение Димитровского районного суда города Кострома от 10.01.2017 по делу № 5-1/ 2017 // URL: <https://rospravosudie.com>.

Литература

Ариевич П.Е., Гуляева Н.С., Хоффман Д.Л. Четвертая часть ГК РФ: лицензирование товарных знаков // Патенты и лицензии. 2014. № 6. С. 12-15.

Бутенко Л.В. Что осложняет судебные споры по вопросам интеллектуальной собственности? // Патенты и лицензии. 2006. № 2. С. 5-9.

Боденхаузен Г. «Парижская конвенция по охране промышленной собственности». Комментарий. Перевод Тумановой Н.Л. // под редакцией проф. Богуславского М. М.: Прогресс. 1977. 234 с.

Гаврилов Э.П., Данилина. Е.А. Комментарий к Закону РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров». Подзаконные нормативные акты. М.: Экзамен. 2014. 357 с.

Гаврилов Э.П., Городов О.А., Гришаев С.П. (и др.). Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации (постатейный). Часть четвертая. М.: Проспект. 2011. 65 с.

Герман П.В. Охрана цвета в качестве товарного знака // Патенты и лицензии. 2016. № 5. С. 8-11.

Дроздова Е.А. Интеллектуальная собственность. Правовое регулирование. Практика. Документы (под ред. Семенихина В.В.). – «ВКР-Интерком – Аудит». 2016 г. 237 с.

Дашутина Е.С., Мохов А.А. Соотношение исключительных прав на товарный знак и фирменное наименование. // Современное право. 2013. № 5. С. 17-20.

Еременко В.И. О распоряжении исключительным правом на товарный знак // Законодательство и экономика. 2014. № 2. С. 24-26.

Кайль А.Н. Комментарий к части IV ГК РФ. Правовая охрана интеллектуальной собственности. М.: Право. 2016. 43 с.

Кирий Л. Особенности правовой охраны товарных знаков в условиях действия части четвертой ГК РФ // Промышленная собственность. 2012. № 12. С. 15-17.

Козырева С.Г. Товарный знак: регистрация и защита. // Молочная промышленность. 2016. № 9. С. 37-39.

Масленков И. Имеет ли товарный знак автора и первоначальную стоимость? // ИС. Авторское право и смежные права. 2013. № 6. С. 43-46.

Матели П. Новое французское законодательство по товарным знакам. Книга 2. Душанбе: НПИЦентр, 2016. 12-34 с.

Маковский А.Л. Комментарий к части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации. М.: Статут, 2016. 79 с.

Наумова Е. Договорное регулирование оборота прав на интеллектуальную собственность // Авторское право и смежные права. 2015. № 6. С. 36-38.

Павлова Е.А., Шиловост О.Ю. Четвертая часть ГК и Соглашение ТРИПС: причины и суть расхождений // Патенты и лицензии. 2013. № 11. С. 3-5.

Петров И. А. Охрана товарных знаков в Российской Федерации: учебно-практическое пособие. М.: Наука. 2012. 39 с.

Петров И. Нарушение прав на товарные знаки. // Законность. 2011. № 7. С. 7-10.

Поголяева В.В. Комментарий к части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации. М.: Проспект. 2013 г. 189 с.

Рузакова О.А. Комментарий к части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации. М.: Экзамен. 2012. 278 с.

Сергеев А.П. Новации в законодательстве о средствах индивидуализации: шаг вперед или новый повод для судебных конфликтов? // Арбитражные споры. 2011г. №3. С. 54-57.

Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации: Учебник. М.: Проспект, 2012. 247 с.

Сергеев А.П., Толстой Ю.К. Гражданское право. Том 3. Учебник. Издание пятое, переработанное и дополненное. М.: Проспект. 2007. 157 с.

Тесакова Н.В. Юридическая защита бренда // Бренд-менеджмент. 2012. № 3. С. 19-21.

Успенская Н.В. Условия предоставления правовой охраны товарных знаков // Юрист. 2015. № 10. С. 67-69.

Чапкевич Л. Контрафактная и фальсифицированная продукция. Проблемы и пути их решения // Право и экономика. 2015. № 6. С. 56-58.

Шабанов Р.Б. Российское законодательство: способы борьбы с контрафактом // Патенты и лицензии. 2015. № 9. С. 47-50.

Егорова Г.М. Право. <http://lakonom> (дата обращения: 09.11.2013)

Таран Е.А. Основы экономических знаний // URL: <http://znaniy.ru> (дата обращения: 09.11.2013).

Тимяшева Е.Р. Элективные курсы // URL: <http://programma-uchebnogo.ru> (дата обращения: 08.11.2013).

Колесникова И.В. Семинары // URL: <http://nsportal.ru/shkola.ru> (дата обращения: 09.11.2013).

Ужегов А.Н. Основы потребительских знаний // URL: <http://library.ru> (дата обращения: 10.11.2013).